

OPUS MIXTUM II.

A CENTRART EGYESÜLET ÉVKÖNYVE 2013

Völgyesi Orsolya

Viktorija Aladžić

Tóth Áron

Katarzyna Jagodzińska

Botos Judit

Jékely Zsombor

Sidó Anna

Róka Enikő

Székely Miklós

Simonovics Ildikó

Palkó Gábor

Király Erzsébet

Dragon Zoltán

Jasna Jakšić

OPUS MIXTUM II.

A CentrArt Művészettörténészek Új Műhelye Közhasznú Egyesület évkönyve, 2013.

A kötet megjelenését Katarzyna Jagodzińska tanulmányának fordításával a budapesti Lengyel Intézet támogatta.

Szerkesztő: **Székely Miklós, Tóth Áron**

Szöveggondozás: **Asztalos Emese**

Grafikai Terv: **Sallay Nóra**

Webváltozat: **Sallay Nóra**

Fordítók: **Mészáros Ágnes (Viktorija Aladzić), Éles Márta (Katarzyna Jagodzińska), Bradák Soma (Jasna Jakšić)**

Online elérhetőség:

<http://www.centrart.hu> – Kiadványok – Opus Mixtum

A szerkesztőség címe:

CentrArt Művészettörténészek Új Műhelye Közhasznú Egyesület
1023 Budapest, Mecset u. 8. III/1.

© A szerzők

© A fordítók

© CentrArt Művészettörténészek Új Műhelye Közhasznú Egyesület

Fotójogok:

© szerzők, művészek és fotósok

Viktorija Aladzić, Áment Gellért, Balla Vivienne, Botos Judit, Dragon Zoltán, Gombas Bianca, Jékely Zsombor, Eustachy Kossakowski, David Nez, Anka Ptaszowska, Róka Enikő, Laslo Salma, Sidó Anna, Standovar Julia, Mladen Stilinović, Székely Miklós, Szombathy Bálint, Tóth Áron, Željko Vukelić, Zsitva Tibor

© intézmények

Iparművészeti Múzeum, Szépművészeti Múzeum - Magyar Nemzeti Galéria, Graphisoft Park, Ludwig Múzeum - Kortárs Művészeti Múzeum Adattára, Budapest, www.digitizing-ideas.hr, www.streetfashionbudapest.hu, Metelkova Modern Művészeti Múzeum, Ljubljana, Kortárs Művészeti Múzeum, Újvidék (Novi Sad, Szerbia), Victoria and Albert Museum, London, Landesmuseum, Zürich, Grand Palais, Párizs, Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie, Varsó, Kortárs Művészeti Múzeum (MSU), Zágráb

Nyomtatott változat: ISSN 2063-3580

Webváltozat: ISSN 2063-3580



TARTALOMJEGYZÉK

Völgyesi Orsolya

Eltemetett örökség (A régészeti örökségvédelem jogszabályi környezetének átalakulása) 6

Viktorija Aladžić

Harc Szabadkáért, a „Pusztá” gyöngyszeméért 16

Tóth Áron

Működő civil örökségvédelem – egy nagy-britanniai körút tanulságai 26

Katarzyna Jagodzińska

A varsói Modern Művészeti Múzeum:
a nagy várákozásról, a meghíúsult reményekről és a társadalmi kapcsolatok építéséről 36

Botos Judit

Múlt és jövő találkozása – a Kepes György Művészeti Központ története 48

Jékely Zsombor

A nagy kicsomagolás – Az Iparművészeti Múzeum rekonstrukció utáni állandó kiállításai 58

Sidó Anna

Variációk egy témára. Hasznosítási koncepciók az Óbudai Gázgyár területére 66

Róka Enikő

Identitás és képzőművészet. Egy kiállítás kérdései és tanulságai 76

Székely Miklós

Gondolatok az innovatív múzeumról 90

Simonovics Ildikó - Székely Miklós

A kortárs múzeumi gyűjteménygyarapítás egy lehetséges új útja:
a Street Fashion Budapest online archívum 98

Palkó Gábor

Wolfgang Ernst archívumai I. 112

Király Erzsébet

A múzeum „mértékegysége”
Egy tanulmánykötet margójára 120

Dragon Zoltán

A folyamatos jövő idő használata a művészeti múzeumok adattáiraiban 130

Jasna Jakšić

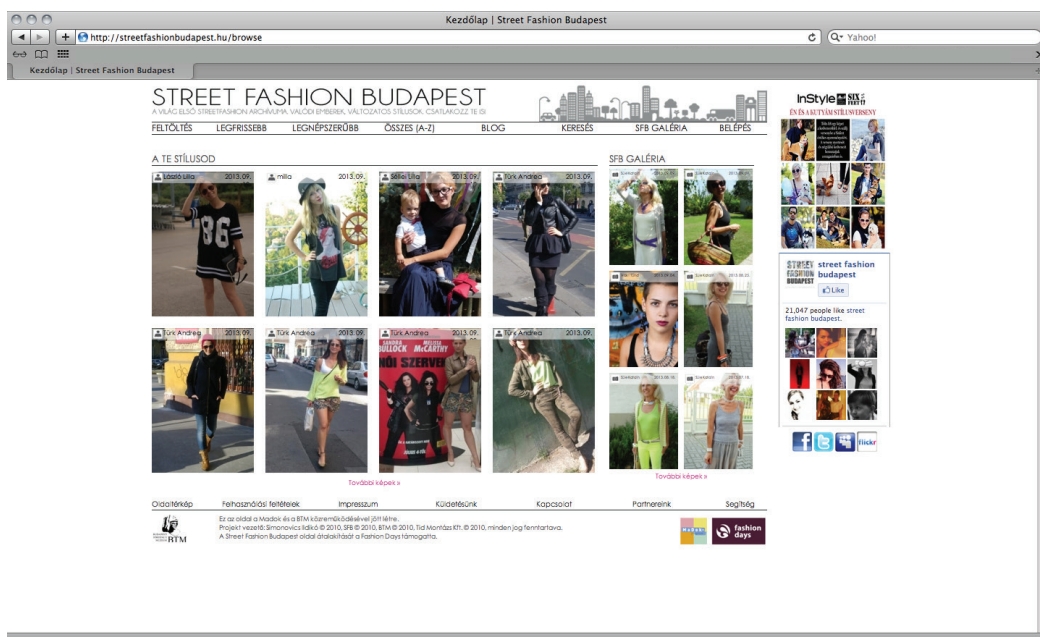
Digitalizálás, archívum és a performansz: www.digitizing-ideas.hr 140

SIMONOVICS ILDIKÓ - SZÉKELY MIKLÓS

A kortárs múzeumi gyűjteménygyarapítás egy lehetséges új útja: a Street Fashion Budapest online archívum

Az elmúlt évtized technológiai fejlesztéseinek köszönhetően, mára az internetfelhasználók száma napról napra nő, a világhálón hozzáférhető tartalmak, közösségi felületek egyre nagyobb közönségre tesznek szert, akik mind hosszabb ideig és rendszeresebben vannak „online”. Erre a jelenségre a múzeumoknak is reagálniuk kellett különböző online csatornák kialakításával. Egy reprezentatív, állandóan frissülő, tartalmas honlap, a közösségi oldalakon való jelenlét és kommunikáció, saját mikroközösség és rajongótábor építése ma már a konzervatív értékeket képviselő, nagy múltú intézmények számára is létkérdés. A kiállítások, a gyűjteményi adatbázis, a szakmai és nagyközönségnek szóló programok köz-zététele, a különféle játékok mellett felmerült az ötlet, hogy a kibertér alkalmas lehet gyűjtési felületek létrehozására is. (1)

A www.streetfashionbudapest.hu (a továbbiakban SFB) öt hónapos előkészítő munka után 2010 júniusában indult útjára, a MaDok (a jelenkor múzeumi dokumentációjára létrehozott program) kísérleti minta projektjeként. A cél a hétköznapi emberek utcai öltözködését megörökítő online archívum létrehozása volt, melyet a wikinómiai rendszerekhez hasonlóan magánemberek építenek, s melynek adatállománya egyidejű, illetve későbbi kutatások alapjául szolgál. Az oldal, így a kutatás fókuszcsoportja a társadalom azon része, akik számára az online aktivitás, a közösségi oldalakon való jelenlét mindennapos tevékenység, és akik életében az öltözködés, mint identitás-formáló és önkifejező eszköz fontos szerepet játszik. Nemzetközi szinten több százezres aktív felhasználót regisztráló oldalak építenek hasonló csoportok tevékenységére, mint például a lookbook.nu, a chictopia, vagy a fashionfreax. Ezek az oldalak gazdasági érdekekkel és nem tudományos kutatási céllal jöttek létre, azonban érdemes támaszkodni tapasztalataikra, figyelni működésüket, illetve a saját oldalnál hasznosítani. Az archívum struktúrájára



1. A Street Fashion Budapest, 2013.

nak kialakításánál lényeges szempont volt, hogy a gyűjtésben résztvevő közönség számára az adatközlés egyszerű és gyors legyen, hogy a feltöltött fotók mellett szerepeljen a fotózás ideje, helyszíne, az öltözet stílusa, az egyes darabok származása, illetve a regisztrációkor személyes információkat (kor, foglalkozás, kedvenc márka, zene, könyv, film, szórakozóhely) tegyenek közzé, melyek szociológiai és fogyasztás-szociológiai szempontból is érdekes kiegészítői a fényképeknek. A kortárs gyűjtés előnye, hogy ezek az adatok az egyidejű és első kézből történő közlés miatt pontosabbak és megbízhatóbbak, mint a régi, történeti anyagok. Érdekes hozadéka az internetes gyűjtési formának, hogy a mindenkor hozzáférhető és bővíthető online gyűjteményen keresztül a múzeum folyamatos interakciót tart fenn, újfajta közösséget teremt, a megszólított mellett a megszólító, a beavatott kurátor szerepébe emeli közönségét. Az archívumépítés további célja, hogy az állandóan jelenlévő metaadatok mellett, az azokra épülő kutatás eredményeként offline tartalmak, digitális dokumentáció és tárgyi gyűjtemény is létrejöjjön a közösségből kiválasztott személyekkel – ruházatkódásokról, fogyasztási szokásaikról készített személyes hangvételi interjúk, gardróbszámlálás és tényleges ruhák szerzeményezése révén.

A múzeum bármely, régi vagy újabb definícióját és feladatkörének meghatározását tekintjük is mérvadónak, a gyűjtés a muzeális intézmények alapfeladata. Ahogy a múzeumtörténet és a muzeológia tudományának egyik jeles kutatója, Peter van Mensch megállapítja, a gyűjtési tevékenység a 21. században még mindig erősen intézményesült.¹ A gyűjtés mint attitűd folyamatosan változott a modern múzeumok történetének alig több, mint két évszázada alatt, egy valami azonban változatlan: a gyűjtemények alapvetően meghatározzák az egyes intézmények identitását. Közkeletű tévedés, miszerint a múzeum a múlt – többé-kevésbé poros – raktára, ahova a tárgyak *„nyugdíjba vonulásuk után kerülnek”*. Az enciklopédikus múzeumok archetípusának számító British Museumban 1759-es megnyitását követően rövid időn belül feltűntek a 18. századi brit felfedezők egzotikusnak gondolt tárgyai. Nem volt ez másképp a szakmúzeumok esetében sem. A Louvre múzeummá történt átalakításának első gesztusaként, a festészet történetét bemutató galériák a politikai aspirációk jegyében születtek. Az emberiséget a fényes jelenbe és a még fényesebb jövő felé vezető úton az itáliai, németalföldi és spanyol mesterek művei által kreált művészettörténeti ív végén a Forradalom győztes francia nemzetének klasszicista alkotói folytatták a sort.

Noha a jelenre és a jövőre irányuló gyűjtési és dokumentációs szándék kezdetektől kimutatható a múzeum mint intézmény stratégiájában, a jelenkor kutatása egy tudatos választás, gyűjteményezési és múzeumtudományi paradigmaváltás eredménye. Mit minek, kinek és hová gyűjtünk? Hogyan tudjuk megragadni a jelenből a lényegét, a megőrzésre érdemest? Hogyan tudunk eleget tenni a még ismeretlen jövő, még ismeretlen szempontrendszerének és érdeklődésének? Milyen irányvonalak mentén érdemes válogatni a ma emberét körülvevő tárgyakból, történetekből, gondolatokból, valóságos és virtuális tendenciákból? A fenti kérdésekre végleges válasz nem adható, a válaszok folyamatosan alakulnak a kortárs világ kérdéseinek, problémáinak, a kérdező személyének és a technikai lehetőségek váltakozásának dinamikájával.

A jelenkutatás múzeumi elterjedése az 1980-as évektől ugyan kétségtelenül magyarázható pénzügyi okokkal is, gazdasági racionalistással,² ennél azonban nagyobb hatást gyakorolt a kortárs művészet és a kortárs kultúra iránti érdeklődés térnyerése, a szociológiai kutatások megváltozása. A svéd SAMDOK projekt célja a kortárs svéd társadalom tervszerű felmérése volt múzeumok és gyűjtemények segítségével. A múzeumok szerepe ebben a folyamatban a társadalom különböző csoportjainak tanulmányozása és dokumentálása volt. A jelenkorkutatás hazai műhelye a MaDok program. A program lényege a kortárs tárgyi világ megőrzése és a jelenkorhoz kapcsolódó dokumentáció megvalósítása egy már létező és a tárgykultúrával foglalkozó múzeum, jelesül a Néprajzi Múzeum koordinációjával. A jelenkorkutatás sikerét a gyűjtemények rendszeres és szisztematikus szerzeményezés révén történő gyarapítása határozza meg. A jelenkorkutatás módszertani sajátossága a tárgyanyag mellett az életjelenségeket rögzítő dokumentumok gyűjtése, rendszerezése, összekapcsolása a tárgyakkal. A hagyományos, papír alapú vagy általánosságban fizikai dokumentumok mellett a digitális tartalom gyűjtése, rendszerezése, biztonságos tárolása, archiválása révén jön létre a bemutatást és értelmezést megalapozó alapgyűjtemény. A jelenkorkutatás, különösen a digitális korszakban, új megközelítést igényel, a múzeumok hagyományos tárgyközpontú gyűjtését digitális és virtuális archívumok, adatbankok egészítik ki.³ Ezt a jelenséget a

tárgyakhoz kapcsolódó metaadatok korábban ismeretlen gazdagsága jelenti: az évszázadok során kialakult tudományos kutatás a tárgyakhoz tartozó adatok meghatározására irányult, a jelenkorkutatás során ezen információk és az információt hordozó dokumentumok közötti viszonyok minél teljesebb archiválása a cél. A jelenkorkutatás során a vizsgálódásba bevont tárgyakra vonatkozó metaadatokat a kapcsolódó dokumentáció őrzi meg a kutató tekintete és az utókor számára egyaránt.

A múzeumok jövőbeli raktárai mellett a személyes narratívák megőrzésében a számítógépes tárhelyek a fizikai raktárakkal egyenrangú megőrző szerephez jutnak. A tárgyak mellett, sőt, esetenként azok helyett, dokumentáció, filmre és képre rögzített beszámolók, személyes történetek szolgálják majd az alapot a kutatásokhoz. Az oral history módszerének alapvetően a múltat átmentő szerepét átveszik a jelent megőrző személyes történetek. Ezzel párhuzamosan átértékelődik a múzeum hagyományosan utólagos kanonizáló szerepe is, a feltöltés, megosztás, kommentelés és archiválás egyazon térben és interfészekkel valósul meg. Az SFB esetében a hangsúly az egyéni adatközlők által rendelkezésre bocsátott és nyilvánossá tett (megosztott) tartalom van. A múltfogalom átértékelését hozza magával a feltöltött ruhák, összeállítások részét képező tárgyak valós kora. A használt ruha boltokban, bolhapiacon, anyu ruhatarából megszerzett darabok jelenidejűségük révén válnak érvényessé és aktuálissá az SFB számára.

Az SFB projekt fenntarthatósága, az archívum bővülése az elmúlt három év PR és kommunikációs tevékenységén, közösségi akciók, pályázatok, szakmai események és rendezvények szervezésén alapult, mellyel kivívta népszerűségét a hazai 16-25 éves divatrajongók között, illetve ismertséget és elismertséget szerzett a magyar divatszakma körében is. Az „intézményesült” oldal ennek eredményeképpen egyre vonzóbb felületet kínál az adatközlők számára, a közösségi képmegosztás mellett pedig szakmai gyakorlatvégzésre is lehetőséget ad. Az elmúlt időszakban, több MOME fotográfia szakos diák, bölcsész- és közgazdaságtudomány, valamint kommunikáció szakos hallgató dolgozott fotósként, blog íróként és projektasszisztensként az oldalnak. Vonzó lehet továbbá a felület a különböző, divat területén tevékenkedő szakmai partnerek számára is, akiket egyre könnyebb bevonni az újabb kezdeményezésekbe.

A projekt a hagyományos sajtókommunikáció mellett nemzetközi és hazai divatblogokból, közösségi oldalakról megismert és átvett toborzó taktikák – kisebb, nagyobb értékű divattárgyakért kiírt pályázatok, játékok, divateseményeken és a célközönség által látogatott rendezvényeken való részvétel, spontán és szervezett fotózások – által vált népszerűvé. A teljesség igénye nélkül, íme néhány: a 2010-2011-es SFB arcai választás, fotózásuk profi fényképészekkel, majd megjelenésük népszerű divatmagazinok (Marie Claire, Glamour) oldalain. A Facebookon közzétett sikeres *What's in you bag?* játék, melyben hetvenen (zömében lányok) pakolták ki táskájukat és mutatták meg a nagyközönségnek, valamint az *SFB <3 Ómama*, melyben értékes vintage nyereményekért több, mint kétszázan küldtek be régi családi albumból beszennelt képeket, szüleikről, nagyszüleikről. A fotókból a Facebook rajongók közössége választotta ki a számára legkedvesebbet. „Tömegeket” mozgatott meg a *Follow me* divatbemutató az oldal száz legstílusosabb feltöltőjének részvételével, illetve nagyon tanulságos volt az egész napos fotózás a Nyugati téren, ahol nemcsak divatörült fiatalok kerültek lencsevégre, hanem magukat lefotózni engedő járókelők is, akik így együttesen a társadalom igen széles keresztmetszetét adták. (Postás, fodrász, hajléktalan néni, idős és fiatal munkába/iskolába ingázók, rockfesztiválra készülők, ballagásra igyekvő idős házaspár, külföldi üzleti útra indulók, valamint külhonból hazaérkezők, banki törlesztés ügyintézése után piacra siető hajdani múzeumi teremőr stb.) Fontos az oldal offline tevékenységében a rendszeres jelenlét a SZIGET és a Balaton Sound fesztiválokon. Két rendezvény igyekezett megalkotni a projekt muzeológiai kontextusát: az SFB konferencia a világ egyik legnépszerűbb street fashion fotográfusa, Yvan Rodic/Facehunter, illetve Agnes Rocamora és Djurdja Bartlett, a London College of Fashion kutatóinak vendégszereplésével, továbbá a *Street Fashion Múzeum – az utcai divat egykor és ma* című kiállítással. Az oldal kialakítását, a bevezető kampányt a későbbi kommunikációt a divat és az online közösségi felületek (pl. a Benetton 2010-es *It's my style* pályázata, a Lookbook.nu, a Facebook) inspirálták. Itt az ideje megjegyezni, hogy az SFB-t máig sokkal inkább a divat-, mint a múzeumi szakma jegyzi, feltehetően éppen azért, mert az oldal e kezdeti szakaszban szánt szándékkal az adatbázis építők irányába és nem a hazai tudományos szcéna felé orientálódott. Tulajdonképpen az SFB projekt-



2. Nyugati fotózás, 2011.06.03. (fotó: Standovár Júlia, 2011)

ben használt módszer tágabb értelemben az etnográfus/kultúrantropológus résztvevő megfigyelésen alapuló vizsgálódásához hasonlítható, amikor a tudós tartósan együtt él a kiválasztott nép- (itt társadalmi/kulturális) csoporttal, megtanulja nyelvét, megismeri és alkalmazkodik a szokásaikhoz, hogy minél hitelesebben írhasse le azokat. (2)

Az elmúlt három évben az SFB beépült a divatrajongók és a hazai divatélet csoportjaiba. Jelenlegi tevékenysége túlmutat tényleges célján, azaz az online archívum építésén. Az elmúlt két év – anyagi támogatást nélkülöző – működését, az oldal látogatottságát a fiatal blogíró gyakornokok és projektaszisztesztensek cikkei, a Facebook oldalon való aktivitás alapozták meg. Az SFB Facebook tevékenysége nem merül ki az oldalra feltöltött fotók és cikkek továbbposztolásával, hanem szinte teljesen önálló felületként működik. Elsősorban vizuális tartalmakat oszt meg a divat és a trendek világából, de több nagy sikernek örvendő képsorozatot is indított („reggel”, „napinő”, „napipasi”, korábban „ikonok”, „sztárok és kutyáik”). Fontos figyelembe venni az online, illetve a ma sajátos, erős vizualitáson alapuló kultúrát. A közönség elsősorban a meghökkentő, erős érzelmi vagy esztétikai töltettel rendelkező képekre reagál. Az ilyen tartalmak mellé lehet becsempészni az oldal alaptevékenységét népszerűsítő „továbbposzt”-okat, illetve a közönség toborzásra és fényképfeltöltésre irányuló felhívásokat, játékokat, pályázatokat.

Az SFB idén júniusban ünnepli harmadik születésnapját 3574 feltöltött képpel, 3318 felhasználóval több, mint 20 ezer Facebook rajongóval. Az oldalt elsősorban 18-24 év közötti hölgyek látogatják, ők teszik ki a feltöltők nagy százalékát. A férfiak és nők aránya 16:84-hez. A legidősebb feltöltő ötvenöt éves, a legfiatalabb tizenhárom. Érdekes, hogy a több, mint háromezer külföldi Facebook rajongóból a dél-koreaiak vannak a legtöbb, de az Egyesült Királyságból, Romániából, Németországból, az Amerikai Egyesült Államokból, Szlovákiából és Thaiföldről is látogatják az SFB facebook oldalát. A Google Analytics adatai szerint három év folyamán egyre csökkent az egyszeri látogatás alkalmával az oldalon töltött idő, az első pályázat idején 2010-ben, amikor szavazni lehetett a képekre ez több, mint

öt perc volt, ma alig két perc. Hasonlóan alakulnak a mutatók az egy alkalommal megtekintett oldalak számánál. Ezeknek az az oka, hogy újabb pályázat híján az archívum nézettségét leginkább a Facebook posztok generálják, amik egy adott képre vagy cikkekre mutatnak. Míg korábban az új látogatások száma lényegesen meghaladta a visszatérők számát, ma ez teljesen kiegyenlített.

A honlapra feltöltött képek közül nem mindegyik kerül nyilvánosságra. Fontos volt egy szűrő beépítése, hogy csak az előzetesen leírt elvárásoknak (utcai öltözet, saját ruha, műtermi fotók kizárása, elfogadható minőség) megfelelő képeket engedjék ki az adminisztrátorok. Az oldal struktúráját létrejötté óta csak egyszer, 2011 tavaszán változtattuk meg, ekkor lett két felületre osztva. A *Te stílusod* részbe a közösség tölti fel saját magáról street fashion képeit, az SFB *Galériába* pedig a fotósgyakornokok az általuk készítetteket.

Kutatási szempontból az archívum használatának egyik alappillére a feltöltéskor kitöltendő alapinformációk közül a kép stílusának meghatározása. A stílus kategóriák alapján csoportosítani lehet a fotókat, amivel egy adott korszakban vizsgálható, hogy melyek a feltöltők által legkedveltebb, legjellemzőbb trendek, illetve arra is utal, hogy mely kifejezések azok, amelyek éppen divatosak. Az alábbi táblázatban az látható, hogy mennyi képnél szerepel az adott stílus megnevezés. A stílus-elnevezések a divatszakma kortárs, széles körben elfogadott és használt terminológiáján alapulnak.

vintage	421
trendi	420
casual	410
elegáns	376
egyedi	371
cool	262
cute	200
glamour	185
sportos	133
alter	131
hippi	70
biciklis	59
harajuku	52
glamrock	43
dark	40
business	37
funky	37
konzervatív	36
luxus	32
manga	32
rocker	31
hip-hop	12
emo	12
etno	10
goth	8
cyberpunk	4
rave	1

A számok jól mutatják, hogy az elmúlt években a fashionista fiatalok öltözködésének egyik legnépszerűbb vonala a vintage stílus volt. Ez egyrészt a korszak divattrendjeiben gyökerezik, másrészt kedvező gazdasági és pszichológiai tényezők is vannak. A stílusjegy megengedi, sőt megköveteli a régi holmik beillesztését az alapruhatárba. Ezzel párhuzamosan sokan a szintén divatos DYS (*do-it-yourself*) mozgalom jegyében felfrissítik nagymama, nagypapa, anya és apa gardróbjának kincseit. Ezek a darabok, melyek semmiképpen nem köszönnek vissza az utcán, nosztalgikus, személyes kötődésük mellett megalapozzák viselőik egyediségét, és magabiztos fellépést biztosítanak számukra. Kiválasztásuk, öltöztetésbe rendezésük, átalakításuk kreativitást igényel, aminek következtében kicsit a stylist és tervező bőrébe képzelhetik magukat. Persze nem csak a családi padlás, a kincseket rejtő ládafia lehet forrása az egyedi daraboknak, az elmúlt évtizedben egyre szélesebb körben terjedő *second hand* boltok (turkáló, turi) hálózata, kedvelt beszerzési forrás lett a korlátozott anyagi lehetőségekkel bíró, de a divatról, öltözködéssel lemondani nem akaró vásárlók számára.

A stílus-meghatározások mellett rá lehet keresni továbbá egy adott feltöltő profiljára is. Adatlapján, szettjein keresztül tükröződik stílusa, illetve amennyiben regisztrációkor megadta, személyesebb adatai is (kedvenc bolt, kedvenc külföldi tervező, kedvenc magyar tervező, kedvenc *second hand* / vintage bolt, kedvenc zene, kedvenc film, kedvenc könyv, kedvenc szórakozóhely), kora, illetve aktivitásának intenzitása, azaz, hogy mennyi képet osztott meg. A fotózás helyszíne és időpontja is lehetséges keresési feltétel, ahogyan az egyes viseleti darabokat is meg lehet jelölni, a rendszer pedig annak megfelelően listázza ki a képeket, ahány szettben jelen van.⁴ Egyelőre külön márkákra nem lehet rákeresni, csak az egyes ruhadaraboknál adható meg a származás, így egy alkalommal csak részhalmoz listázatható ki: ez egy újabb fejlesztésre váró strukturális tényező.

Az állandóan jelenlévő metaadatok mellett, eddig a legteljesebb körűen a 2010-es SFB arcokkal készült kutatás. Ebben, a pályázati kiírásnak megfelelően, a közönség kedvence, illetve a szakmai zsűri által az addigi képekből kiválasztott legérdekesebb, legegységibb, legstílusosabb feltöltők szerepeltek. A kutatás eredményeként offline tartalmak, digitális dokumentáció (három szett fotózásának képanyaga, személyes interjúk digitális hangfelvétele, gardróbsszámlálás adatai) és tárgyi gyűjtemény is létrejött tényleges ruhák szerzeményezése révén.

Mivel 2011-ben a pályázat közönségzavazás híján nagyrészt megegyezett a 2010-essel (annyi különbséggel, hogy tárgynyermény helyett kizárólag fotózást és divatmagazinban való megjelenést lehetett nyerni), az alanyok kiválasztása hasonló szempontok szerint történt, mint egy évvel korábban. Ez múzeológiai archiválás és kutatás szempontjából érthetően nem hozott újdonságot, mivel a 2011-es arcok, társadalmi csoportjuk és fogyasztási szokásaikat tekintve megegyeztek az előző évekkel, ezért a személyes mélyinterjúzás helyett ők írásban kapták és válaszolták meg a kérdéseket.⁵

A 2010-es pályázat nyertesei,⁶ amennyiben az életkorukból adódhat, felsőfokú végzettséggel rendelkeznek, a fiatalabbak éppen egyetemre, gimnáziumba vagy művészeti szakközépiskolába járnak. Megegyeznek abban, hogy a divat, a művészet és a kreativitás fontos részét teszi ki életüknek. Heten a divatszakmában tevékenykednek, ki-ki a kamera egyik, vagy másik oldalán, amelyikük jelenleg nem, az a későbbiekben szeretne kreatív területen elhelyezkedni. Nyilván ez abból is adódik, hogy az oldal eleve az öltözködés fanatikusaiknak és azoknak szól, akik az öltözködést nemcsak az időjárás okozta viszonagságok kiküszöbölésének tekintik. Ők, akik stílusuk, egyediségük, karakterességük miatt kiválasztásra kerültek, a ruha művészi és kommunikációs eszközként való használatát „sportszerűen” űzik. Fontos előny és alapkészség számukra, hogy a többség maga is képes új ruha előállítására, vagy a megszerzett darabok átalakítására. Az összes interjúalanyra igaz, hogy a „felállított ár, minőség, márká, divatosság, kihasználhatóság, mások véleménye” sorból száműzték vagy utoljára helyezték mások véleményét. Ez autonómiájukat, biztos önértékelésüket mutatja, amivel a magyar átlagból erősen kiemelkednek. Választásukban leginkább az ár-érték arányra, a minőségre, kevésbé a divatosságra és még kevésbé a márkákra vagy a kihasználhatóságra helyezik a hangsúlyt.

B. Lilla, az útkereső, aki utál vásárolni

„A kevesebb több :).” „Stílusom: anyám szerint szakadt. Nem tudom, egyszerű, kicsit fiús, inkább minimal.”

Lilla közönség kedvenceként került be a válogatásba. Barátnője, Eszter, akivel a pályázatra jelentkeztek, készítette a képeket róla és a stylingba is besegített. Lillát nagyon érdekli a divat, elsősorban a modellek világa. Őket tekinti példaképének, az interneten is az őket bemutató blogokat, oldalakat böngészi. Családja nem befolyásolja stílusát, hacsak az nem, hogy gardróbja túlmutat a szobájának falain, alkalmi öltözetekért ugyanis két lánytestvére közül nővére szekrényeit kutatja át. Elsősorban *fast fashion* márkából és turkálóból öltözködik olcsón, cipőit azonban legszívesebben deszkás boltokból vásárolja. Ezek ruhatárának legdrágább darabjai. Lillában (c) fókuszcsoporthoz tagjai között) a legkülönlegesebb a vásárlás iránt érzett mély ellenszenv.

„Vásárláskor ideges vagyok, ha tömeg van, akkor nagyon. Próbálok minél gyorsabban végezni. Nem szeretek vásárolni. Sohasem próbálok, maximum a nadrágokat. Nekem a vásárlás nem szabadidős tevékenység, akkor megyek, ha kell valami, vagy ha ott állok a szekrény előtt, és szenvedek egy fél óráig, hogy nincs mit felvennem. Vagy, ha szakad szét a cipőm és Anya fenyeget, hogy kidobja.”

CHABY, a divatfanatikus blogger

„Az öltözködés számomra, közhely, de igaz, megmutatni saját magam. Személyiségem mércéje, önmagam tükrözöm a ruháimmal. A stílusom által azt kommunikálom, hogy kreatív, művészet pártoló, kicsit bohém vagyok.”

Chaby igazi divatfanatikus. Nemcsak az SFB –re, hanem a legismertebb nemzetközi streetfashion oldalakra (lookbook.nu, chictopia, fashionfreax) is rendszeresen tölt fel képeket. Egerben született, 2010-ben az Eszterházy Károly főiskola rajz és vizuális kommunikáció szakán szerzett diplomát, azóta bloggerkedik komolyan. Emellett a H&M-ben dolgozik, és visual merchandisernek tanul. Kiskora óta érdekli a divat és a művészet, rengeteget rajzolt. Édesanyja rajongása a divatért, öltözködésért, vásárlásért rá is átragadt. Hétköznapijait, munkáját, szabadidejét mindenkor és mindenhol átszövi a divat. Kedvenc sorozatai, filmjei is mind ilyen tárgyúak. Az interneten is szinte csak e témájú oldalakat böngészi, barátaival, blogger-társaival is erről beszélget. Ruhadarabjait fastfashion üzletekben, elsősorban a H&M-ben szerzi be (szakmai ártalom), ahol folyamatos kísértésnek van kitéve (leárazások, dolgozói kedvezmények, új kollekció érkezése stb.). De a turkálók és az internetes oldalak (Ebay, Asos, Topman onlineboltja, Herr Judit webshopja) is fontos beszerzési forrást jelentenek számára. Stílusában egyfajta dandy életérzés keveredik a modern és casual vintage vonallal. Vásárlási szokásainak elemzése alapján nem túlzás kijelenteni, hogy Chaby tipikus túlfogyasztó, amit korához képest jelentős méretű ruhatára is bizonyít.

Igor D., a kortalan stíl nagymestere⁷

„Napi öltözködésben nem feltétlenül befolyásol a divat, ha bejönne a trapéznadrág, én akkor sem hordanám. Tudom mi áll jól, miben érzem jól magam!” (3)

Igor orosz származású, agrármérnökből lett Magyarország egyik legnépszerűbb stylistja.⁸ Kiskorától kezdve kitűnt egyénisége, három éves korában sárga sortban, fekete pólóban és pilótaszemüvegben „pózol” a kamera előtt. A divat iránti érdeklődést édesanyja nevelte belé. Stílusára leginkább a hanyag elegancia jellemző, szereti keverni az elegáns darabokat a kopott koszos, akár lyukas dolgokkal. „Basic, kortalan a stílusom. A zakó, a bőrdzseki kortalan. A csőfarmer nem, de jól áll! :)

Ezért addig fogom hordani, amíg engedi az alakom.” Igor, ami az öltözködését illeti, teljesen kiforrott egyéniség. Határozottan tudja, mit akar, mi áll jól neki. Sajátos stílusának egyik karakterisztikus vonása lustaságából és nemtörődömségéből fakad. „Ragaszkodom a darabjaimhoz, de nem vigyázok rájuk. A csizma, amit múltkor a bajza utcai öreg suszterhez elvittem, annyira kopott volt, hogy a bácsi azt mondta nem sok kellett hozzá, hogy már csak kidobni lehessen. Ezt a csizmát nagyon szeretem, amíg nem találok egy ugyanilyet, addig fogom hordani.” Ruhatára meglepő módon visszafogott, a tizből mindössze hátulról a harmadik. Az egyes ruhadarabjai azonban magasabb árfekvésűek, mint általában a többieké. Foglalkozásából adódóan tájékozott az aktuális trendeket illetően, elsősorban online forrásokból. Az egyetlen és legfőbb példakép és divatikon számára Kate Moss, ő az alfa és az omega. Valaki, aki tudja hordani a ruhákat, akinek minden jól áll, aki a fotókon mindig tökéletesen néz ki. A kortalan stílus igazi nagymestere.



3. Igor, SFB Arcai 2010. (fotó: Balla Vivienne, 2010)

M. Szilveszter, a külön „divatínyenc”

„Én viselem a ruhát, és nem a ruha engem.”

„Kijelenthetem, hogy a gardróbszámlálás után beláttam, hogy ez egy betegség, és hogy az érzés, hogy nincs egy ruhám se, amit felvegyek az csak egy ILLÚZIÓ.”

Miskolcon született, ott is nevelkedett. Divatfotós, a MOME fotográfia szakos hallgatója.⁹ Már pici korában is nagyon igényes volt az öltözködésére, nem szerette a mackónadrágot és a játsszós ruhákat, színes ingben és csokornyakkendőben járt óvodába. Rajong a klasszikus zenéért, utálja a tévét, megveti az ott sugárzott műsorokat, a népbútítást, a manipulációt, ahogyan az amerikai filmeket is. A neten a fotós honalapokat figyeli, divatbemutatókat néz végig, a glossy magazinokból a *The Room*, a *Lack*, az orosz *Vogue*, az *ID* és a *Numero* a kedvencei. Ha öltözködésről van szó, az orosz nők futurisztikus megjelenését (ruhák, magassarkú, színes, fényes táska, erős smink, különleges haj, bunda) és nagymamája múltban gyökerező szokásokat értékeli, azt, hogy az ebédhez is szépen felöltözik, megadja a tiszteletet a másinak, de legfőképpen magának. Korához képest sok ruhája van, turkált, vásárolt (*fast fashion* üzletektől, Ebayről, távol-keleti design boltokból) egyaránt. A legdrágább darabbal ő rendelkezik, de sok ruhája, kabátja kiegészítője van száz forintért is. Nagyon különleges szetteket képes összerakni, szereti az elegáns ruhákat, igazi „ínyenc” afféle fúziós, eklektikus stílust képvisel.

M. Viki, „a bicikli kompatibilis csodabogár” a nagy sztájlától a vampon át a retroszociig

„Ami az öltözködést illeti nem szoktam megerőszakolni magam, a lényeg, hogy jól érezzem magamat a bőrömben.”

Mongol apa, magyar anya. Egyszer fekete estélyibe búj, magassarkúban reklámfilm válogatásra bringázó nőci, máskor dioptriás, vastag, SZTK szemüvegeretben, nylonruhában és 80-as évek nagy válltöméses kockás zakójában pompázó kortalan entellektüel. A bölcsészkaron művészettörténet és esztétika szakos hallgató, miközben a Corvinuson társadalomtudományok és esélyegyenlőség szakirányra

is jár. A Képzőművészeti Egyetem felé is kacsingat, az interjút követő hónapokban próbálkozik a felvételivel. Nemcsak a magyar valóságból, de a fiatalok között az egyetemen, sőt a többi interjúalany között is csodabogárként tűnik fel. Nem törődik igazán a divattal, nem inspirálja senki sem, maximum régi képek, festmények. Nem görcsöl órákat a szekrénye előtt, nem olvas rendszeresen divatlapokat, de divatblogokat is ritkán nézeget. Ruhája fele lomtalanításokból került a gardróbjába. *„Imádok lomikra járni..., egyszerűen nagyon szeretek találni, rábukkanni valamire, sokkal jobban kötődöm az így megszerzett tárgyakhoz.”* Kedvenc magyar tervezője a nemrégiben elhunyt Király Tamás, aki sokkal inkább volt képző- és performance művész, mint divattervező. Viki is éppen ezért, a művészi hozzáállásáért tartotta nagyra. Legdrágább ruhadarabja egy kabát harmicezer forintért, legolcsóbbakat, és ilyen sok van, ingyen szerezte be.



4. Rebeka, SFB Arcai 2010. (fotó: Balla Vivienne, 2010)

R. Rebeka, romantikus diáklány, nosztalgikus hangulat, blogger öntudat

„Légy önmagad, mert mindenki más már foglalt.” (4)

Rebeka gyerekkora óta divattervező szeretett volna lenni, álma, úgy tűnik, valóra válik: öltözképzőnek tanul a Budapesti Kommunikációs Főiskolán, és évek óta saját blogot vezet. Otthonról hozza a ruhák iránti szeretetét, máig legtöbbször édesanyjával együtt vásárol, akinek, ha nem is mindenben egyezik az ízlésük, ad a véleményére. Lelkes divatbloggerként elsősorban az internetről, főleg nemzetközi blogok olvasásával, követésével szerzi be információit, ezekből, régi fotókból és kedvenc filmjeiből inspirálódik. Stílusa folyton változik, hatnak rá a trendek is, de igyekszik megtalálni saját „hangját” az öltözködésben, amiben jelenleg a vintage, népies, hímzett vonal dominál. Nincs sok ruhája, mivel anyagilag még nem független, a család büdzséjéhez igazodik. Ebből is következik, hogy számára a darabok kihasználhatósága, az ár-érték aránya elsőrendű szempont. Évi két nagyobb bevásárló körútjuk leárazásokhoz kötődik, és alkalmanként hosszú időt, akár egy vagy több napot is igénybe vesz.

S. Lilla, a modern technológia megszállottja, táskamán bloggerből lett profi divatújságíró

„Nagyon szeretem a humort, illetve azt, hogy felöltözöm, és Úristen, úgy nézek ki, mint egy apáca. Felöltözöm, és úgy nézek ki a buggyos nadrágomban a felsőmmel, mint egy katona. Szeretem, amikor tudok valamire aszociálni.”

Békéscsabáról indult, óvodás kora óta saját elképzelése van az öltözködéséről, legyen az párévesen a Balaton parton egy sárga csíkos szoknya és kockás barna pufi dzseki párosítása, vagy amikor tudatos spórolás árán fiatal magyar tervezők egyedi darabjait vásárolja meg. Dédmamája mondása a mai napig a fülébe cseng: *„hogya mit eszel azt senki, hogy mit viselsz, azt mindenki látja.”*

Stílusára leginkább a funkcionális örökség a jellemző, amit kényelmi szempontok tartanak egyensúlyban. A gyalogos- és tömegközlekedés határokat szab a fantáziájának. Lilla (szakmai ártalom), az

alanyok közül rekord mennyiséget, napi nyolc-kilenc órát tölt számítógép előtt, de az okos telefonján keresztül még ennél is többet. „2000 feed jön be az rss olvasómba egy nap és ezeket általában végig is nézem. Reggel, miután felkelek egy órán át az előző nap érkezett 6-700 rss-t futom át. Cikkek írása között, pedig a frisseket olvasom tovább.” Vintage darabjait a békéscsabai ócskapiacról, vagy a dédmama szekrényéből, a padlásról szerzi be. Nincsen nagy ruhátára és igazán drága ruhái sem. A *fast fashion* boltok, online shopok (Asos) kínálata és a magyar tervezők kollekciói a fő forrás, de saját tervezésű darabok is jócskán akadnak. Táskamániája eredményeképpen, fiatal kora és számban visszafogott gardróbjá ellenére ötvenhárom táskával büszkélkedhet.

S. Kati, kreatív „re-ruha” designer, stylist

„Az öltözködés szükségszerű dolog. Ha már az ember szükségéből mindennap felöltözik, legyen is öröme benne. Számomra az öltözködés művészet.” (5)

Eredetileg művészettörténész, 2006 óta saját blogot ír, 2008 óta dolgozik stylistként. Stílusát a kreatív jelzővel lehet leírni a legjobban. Nyitott minden irányzatra, hitvallása szerint az öltözeke képviseli személyiségét. A ruhák iránti szeretét édesanyja alapozta meg, aki konzervatív, de nagyon igényesen öltözködött. Külföldről hozta, hozatta az alapanyagokat, melyeket saját maga varrt meg, és az átalakításoknak is (akárcsak leánya most) nagymestere volt. A Dániában töltött öt év (gimnázium vége egyetem első éve) alapvetően határozta meg későbbi gondolkodás- és látásmódját. Lenyűgözte és magáévá tette az ottaniak design-szemléletét. Mivel jelenleg gardróbfissítéssel és személyi stylinggal foglalkozik, életforma és hivatás is számára a vásárlás. Éppen ezért ez számára nem szabadidős elfoglaltság, mint sokaknak az interjúalanyok közül, hanem célirányos tevékenység. Az beszerző körutak során az élményt maga a vadászat, a keresés jelenti, tehát nem a szükséglet vagy a fizetés pillanata. A turkálókban megszerzett darbokat kreatív fantáziával átalakítja (egyes ruhák új funkciót nyernek: szoknyából felső, sálból alkalmi top, stb.) és párosítja, a fastfashion bolthálózatokban általában leárazásokkor vásárolt kiegészítőkkel. Gardróbjának egy része gyűjtemény, másik része mukaeszköz és áru, azaz folyamatos körforgásban vannak viseletei. Bár igazán drága ruhadarabjai nincsenek (a legdrágább egy ajándék Zoób Kati együttes), teljes ruhátára anyagi értelemben is jelentős értéket képvisel.



5. Kati, SFB Arcai 2010. (fotó: Balla Vivienne, 2010)

T. György Márk, a bevállalás, új nemzedék fia

„A mottóm, hogy merj merni, és nyersz! Talán ez igaz rám legjobban. Kísérletező ember vagyok, gátlástalanul kipróbálok – szinte mindent!”

Veszprémbe él, a zirci III. Béla Gimnázium, Művészeti Szakközépiskola és Alapfokú Művészetoktatási Intézményben alkalmazott garfikusnak tanul. Autonóm, művészetkedvelő fiatalember, aki egész kiskorától fogva szeret öltözködni. Szülei nem befolyásolták, de nem is inspirálták, inkább divatmagazi-

nokból, újságokból, tévéből veszi ötleteit. Haját és teljes fizimiskáját maga alakítja. Zeneileg mindenevő, szinte nincs olyan, amit ne hallgatna meg. Kedvencei a *Hurts*, *The Last Goodnight*, *Lady Gaga*, *James Morrison*. Műfajilag a popot és r'n'b-t részesíti előnyben.

„Stilusom egy szóban összefoglalva, szerintem, egyedi. Ahol én lakom, ott nem nagyon bevállalásak az emberek, ezért kevesebb az »egyeniség« is. Szeretem a régi vintage cuccokat, de az elegáns és az alternatív sem áll távol tőlem.” Nincsen sok és drága ruhája, az interjúalanyok közül az ő gardróbjá a legszerényebb. Szeret jó vásárt csinálni, amikor jó minőséget tud megszerezni féláron.

T. Melinda¹⁰, a tudatos vásárló veleszületett szépérzéssel:

„Nekem a divat művészet, de maga az öltözködés, amit hétköznapra veszek fel, az nem. Általában szeretem az egyszerű dolgokat, nem használok sok kiegészítőt, kreativitásom abban élem ki, hogy tervezek.”

Szolnokon született, ott járt iskolába, majd közpiskolába is. Szociológusként végzett a Pázmány Péter Katolikus Egyetemen, idén szerzett diplomát a Krea Kortárs Művészeti Iskolában divattervezőként. Nincsen nagy ruhatára, megfontoltan tudatosan szerzi be az új darabokat. Régebben vásárlás előtt papíron számbavette, hogy mije van, mit mivel párosíthat, és ennek alapján, ezt kiegészítendő indult ruhabe-szerző körútra, ami akár több napos is lehetett. Egy nap, mikor körülnéz, másik nap, amikor ténylegesen beszerzi a hön áhított darabokat. A vásárlás menete most is ilyen, de idő híján a gardróbmustra elmarad. Pontosan ismeri ruhatárát, és a fejében van az is, hogy mit szeretne. Nincsenek drága ruhadarabjai. Elegáns, alkalmi ruhát ő tervez és készít magának. Stílusa praktikus, egyszerű, hétköznapokra inkább a maszkulinabb vonal jellemzi, alkalmakra visszafogottan ugyan, de nőies énjét is szereti megcsillantani. A divat iránti elkötelezettségét, szépérzékét nem otthonról hozta, veleszületett adottságként értékeli. Az aktuális trendekről elsősorban az interneten tájékozik, összefoglaló oldalakat néz, mint például az editorialokat összegző *Fashion Gone Rogue*, illetve a divatlapok online felületei alapján, az aktuális tartalomtól függően szerzi be a *Flaire*, az angol *Elle*, az orosz, francia, olasz, esetleg angol *Vogue*, vagy a Harper's Bazaar papírkiadásait. Televíziót nem néz, moziba jár, oda van a filmekért, kedvenc sorozatait (*South Park*, *Trónok harca*) az internetről tölti le.



6. Festival Fashion, Sziget, 2012. (fotó: Gombás Bianca, 2012)

Az elmúlt évszázadok hétköznapi tárgyain valóban erősen érződik, hogy a tradicionális kézművestechnikák, a szakmai tudás egyre kevésbé van jelen, és egyre inkább veszít értékéből. Ezért is nehéz szembe-szállni azzal az általános művészettörténeti felfogással, hogy minél régebbi egy használati tárgy, annál értékesebb. Nemcsak a műtárgy egyedisége, ritkasága és nehezebb fellelhetősége, hanem az effektív minőségi tényezők is ezt igazolják (pl.

csipkék, csontfaragások, hímzések, szövés technikák, alapanyagok). A közelmúlt és a kortárs jelenségek kutatásának, gyűjtésének hozadéka és értéke az innovatív szemléletben rejlik. Az informatikai, kommunikációs és vizuális forradalom, a modern technológiák (alapanyagok, előállítás módok, internet alapú programok és applikációk használata), ha a tárgyak minőségében nem is, de gondolkodásmódjukban versenyképesek, és főleg hitelesek napjaink hű leírásában. (6)

A múzeum „*az elektronikus korban a kommunikáció anyagtalanságainak átrakodó helyévé vált*”, írja Wolfgang Ernst, a kibertér, az adattár és az elektronikus médiumok múzeumra gyakorolt mechanizmusainak legnagyobb hatású teoretikusa.¹¹ Témánk szempontjából kiemelkedő jelentőségű Georg Trogermann tézise, amely szerint a kritikai interfész alakítás színre viszi a múzeumi emlékezetet, mint technikai funkciót.¹² A tárlóba helyezett, a múzeum szakrális terében kurátori koncepciók mentén elrendezett tárgyak materiális valóságát a digitalizált múzeumban immár a többcsatornás kommunikáció váltja fel. Az adatközlők, feltöltők, megosztók, rajongók által létrehozott virtualizált múzeumi térbe érkező adathalmazok közötti szelektálást éppen a többirányú kommunikáció teszi képlekenyvé és cizelláltságot igénylővé. A hosszadalmas adatközlés helyett tartalmaikat megosztó felhasználók és a hagyományos kurátori szerepkör antagonisztikus ellentétben állnak egymással, a múzeumi szakember már nem elsősorban tudása és értékítélete alapján szelektál a kiállítandó tárgyak között, hanem a feltöltés és megosztás révén az adatközlő és a kurátor szerepkörét egyaránt magára öltő felhasználók által létrehozott összetett hálózatban hoz létre hub-okat.

A skálafüggetlen hálózatok csomópontjai, a hub-ok határozzák meg a virtualizált múzeum állományába feltöltött, a felhasználó által annotált és megosztott tartalmaik egymás között fennálló, szigorú rend szerinti működését. A kommunikációs hálózatok felépítésére alkalmazott modell érvényes a SFB-ben összegyűlt archívumra. A nagyszámú dokumentum révén skálafüggetlen hálózatként is felfogható archívumban egyes, a sokaság által a leginkább alkalmazott öltözködési és kiegészítő megoldásokból a lehető legtöbbet felmutató példák tipizálható öltözködési modellekké válnak, hasonlóan a komplex értelmezési keretek között elemezhető műtárgyakhoz.¹³ Az egyedi, a rendkívüli tipizálásához, a közös jellemző megtalálásához és felismeréséhez alapvetően megfelelő mennyiségű információ – legyen az műtárgy, virtuális adat vagy ezekhez kapcsolódó dokumentum, illetve ezek keveréke – áll rendelkezésre az oldalon.¹⁴

A digitális korszak múzeumi kihívása nem a virtuális kiállítóterek megalkotásában rejlik, ez a megoldás legfeljebb a látogatók múzeumba invitálásának és a múzeumpedagógiának lehet egy korszerű eszköze. A muzeális kibertér felépítésének, adatokkal való feltöltésének és az értelmezés síkjainak megteremtéséhez a valódi kihívás az eredendően és kizárólag a digitális térben keletkezett, illetve az oda szánt adatok, információk, tartalmak megjelenítése.¹⁵ Az ilyen módon létrejövő virtuális tér, az adatközlők önkéntes bevonásán alapulva továbbfejleszti a múzeumi munka alapját, a megőrzés, értékmentés évszázados gondolatát.

Jegyzetek

¹MEIJER-VAN MENSCH, Léontine–MENSCH, Peter van: *A szaktudományos felügyeletől az együttalkotásig. A gyűjtés és a múzeumi gyakorlat fejlődése a 19. és a 20. században* In: *Múzeumelmélet. A képzeletbeli múzeumtól a hálózati múzeumig*, Szerk. PALKÓ Gábor, Petőfi Irodalmi Múzeum – Ráció Kiadó, Budapest, 2012. 97

²MENSCH, 2012. 125.

³FEJŐS Zoltán: *Dominóból Rubik kocka*. In: *Pillanatképek a mából. A kortárs kultúra múzeumi feldolgozása*. Szerk. FEJŐS Zoltán–FRAZON Zsófia Budapest, Néprajzi Múzeum, 2007. 9-17. (MaDok-füzetek 5). 11.

⁴Viselettörténeti vonatkozásban meglepő például, hogy mennyi kalapos képet töltöttek fel. A 20. század második felében egyre inkább háttérbe szorult viseleti kiegészítő úgy látszik reneszánszát éli a fashionista közönség körében.

⁵Ez sajnos nem váltotta be a hozzáfűzött reményeket. Tízből csak négyen válaszoltak, a gardróbfelmérést csak két fiú végezte el. Az írásban adott válaszok meg sem közelítik hangvételben, terjedelemben, szabadságban a személyes interjúk nyitottságát, közvetlen hangulatát. A kérdéssor írásos formáját a későbbiekben csak nagyszámú fókuszcsoporthoz érdemes alkalmazni.

⁶Az interjút 2011 február és június között Simonovics Ildikó készítette. A jelen idejű kijelentések 2011-re vonatkoznak.

⁷Igor fotóját, nem ő, hanem a 2010-ben még utcai divatfotózásra fókuszáló Our style blog töltötte fel az oldalra.

⁸A kiválasztásakor 2010-ben a még kevésbé volt ismert. Karrierje az elmúlt két évben töretlenül ível felfelé, ami 2012-re meghozta számára a szakma és a közönség elismerését.

⁹Jelenleg Milánóban él és dolgozik.

¹⁰Melinda fotóját, nem ő, hanem a 2010-ben még utcai divatfotózásra fókuszáló Our style blog töltötte fel az oldalra.

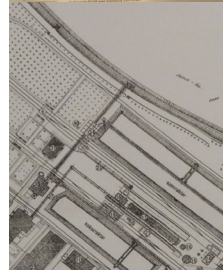
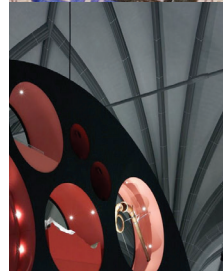
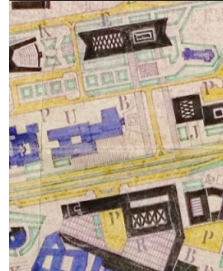
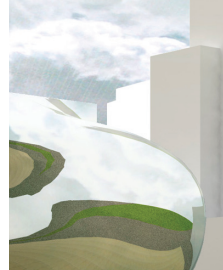
¹¹ERNST, Wolfgang: *Több tárhely, kevesebb múzeum. Kibertér az adattár és a múzeumi kiállítótér között*. In: *Múzeumelmélet. A képzeletbeli múzeumtól a hálózati múzeumig*. Szerk. PALKÓ Gábor, Petőfi Irodalmi Múzeum – Ráció Kiadó, Budapest, 2012. 64.

¹²ibid

¹³BARABÁSI Albert László: *Behálózva – a hálózatok új tudománya*, Magyar Könyvklub, Budapest, 2003.

¹⁴FEJŐS, 2007. 14.

¹⁵ERNST, 2012. 68.



1500 FT

ISSN 1234-5679



9 771234 567003 >